

CONHECIMENTO E UTILIZAÇÃO DE PRODUTOS *DIET E LIGHT* POR PACIENTES DIABÉTICOS ATENDIDOS EM UM CENTRO DE TRATAMENTO

Karina Gonçalves Oliveira¹

Lidiane Bernardes Faria Vilela²

RESUMO

O uso indiscriminado de produtos dietéticos por indivíduos com Diabetes Mellito tipo 2 vem aumentando a cada dia, de uma forma geral eles não possuem efeitos terapêuticos no controle metabólico, porém possibilitam uma inserção no convívio social e uma melhor adesão ao plano alimentar. O presente estudo tem como objetivo analisar a utilização de produtos *diet e light* por indivíduos com Diabetes Mellito tipo 2, atendidos em um centro de tratamento do município de Rio Verde – Goiás. Foram entrevistados 35 indivíduos desses (n:35) 54,3% eram do sexo masculino, possuíam idade com média de 60 anos (DP $\pm 10,62$). Quanto à escolaridade, 71,4% apresentaram ensino fundamental incompleto. A maioria não apresentou conhecimento sobre a forma de utilização de produtos *diet e light*. Quando analisado o conhecimento sobre o que é *diet e light* observou-se que 82,9% relataram que *diet* é um produto sem açúcar, 14,3% um produto sem gordura e 2,9% com menos açúcar. No que se refere aos produtos *light*; 45,7% consideram que sejam sem açúcar, 37,1% sem gordura, 17,1% um produto com menos açúcar e nenhum dos participantes responderam as questões sobre *diet e light* corretamente. Conclui-se que a maioria dos indivíduos com diabetes consideram o consumo de produtos *diet e light* indispensáveis para o tratamento da doença, porém não apresentam conhecimento sobre os mesmos e desconhecem a forma de utilização adequada.

Palavras-chave: Diabetes, *Diet*, *Light* e Alimentação.

¹ Graduanda em Nutrição pela Universidade de Rio Verde - GO

² Orientadora, professora doutora docente da Universidade de Rio Verde - GO

1. INTRODUÇÃO

Com o passar dos anos a população veio mudando o estilo de vida e os hábitos alimentares, adaptando-se com as longas e agitadas jornadas das grandes cidades, com isso as pessoas estão consumindo mais alimentos ultraprocessados ricos em açúcares e gorduras sendo um dos principais precursores das doenças crônicas não transmissíveis, desta forma os gastos do governo vem aumentando com o tratamento dessas doenças, com destaque para o Diabetes Melito.

O Diabetes Melito é uma doença caracterizada pela disfunção do organismo em produzir ou empregar adequadamente a insulina que produz. Atualmente dados epidemiológicos demonstram números alarmantes de pessoas que possuem diabetes e de tantos que ainda não foram diagnosticados. No Mundo, 1 adulto a cada 11 tem diabetes (415 milhões) e estima-se que em 2040, 1 pessoa em cada 10 terá diabetes (642 milhões), o que gerará despesas públicas superiores a 802 milhões de dólares. Na América Latina a mortalidade ocasionada pelo diabetes é maior do que o HIV/ AIDS, tuberculose e a malária somados: 1 morte a cada 6 segundos. No Brasil a situação não é diferente 9,4% (14,3 milhões) da população tem diabetes sendo que em 2040 esse número poderá chegar a 23,2 milhões (IDF,2015).

Uns dos maiores desafios para o controle da síndrome é manter a glicemia dentro do parâmetro, sendo assim é necessária uma reorganização do estilo de vida, unindo alimentação adequada, atividade física e outros cuidados necessários de acordo com o desenvolvimento da doença e suas complicações (PONTIERI E BACHION, 2010).

Conforme essa reorganização vai acontecendo, a procura por produtos que possam atender as necessidades e aumentar a variedade de alimentos ofertados vem aumentando tendo como exemplo, os alimentos *diet e light*.

Segundo a portaria 29 de 13 de janeiro de 1998 do Ministério da Saúde, esclareceu que *diet* são produtos que possuem restrição de um determinado nutriente como, por exemplo: carboidratos, gorduras, proteínas, sódio ou outros alimentos destinados afins específicos. Já o termo *light* é a redução de no mínimo 25% de determinado nutriente ou calorias que é esclarecido pela portaria 27 de 13 de janeiro de 1998 do Ministério da Saúde. Porém com a grande variedade de produtos *diet e light* disponíveis no mercado as pessoas têm dificuldade

em conhecer quais podem fazer parte da sua dieta, devido seus rótulos e a grande quantidade de propagandas que circulam pelos meios de comunicações, fazendo com que esses produtos sejam usados de forma indiscriminada.

Alguns setores da mídia têm planejado estratégias para esclarecer os consumidores, porém são poucas as campanhas publicitárias destinadas a essas áreas. À medida que a informação sobre a composição nutricional e a forma de consumo chega até a população, os critérios de escolha do produto se tornam mais específicos baseados em: sabor, marca, preço e até mesmo a recomendação para a utilização dos produtos (VIGGIANO, 2003).

Porém alguns fatores podem interferir no acesso a essas informações nutricionais e utilização desses produtos, como: o nível de escolaridade, a dificuldade em entender os rótulos, idosos com complicações visuais, a influência da mídia e a falta de interesse da própria população.

De uma forma geral estes produtos não possuem efeitos terapêuticos para o controle metabólico, porém eles possibilitam uma inserção no convívio social e melhor adesão ao plano alimentar dos portadores de diabetes, dando uma maior liberdade para a escolha de alimentos considerando assim os aspectos sociais e culturais (VIGGIANO, 2003).

Portanto o presente estudo teve como objetivo analisar a utilização de produtos *diet* e *light* por indivíduos com Diabetes Melito tipo 2, atendidos em um centro de tratamento do município de Rio Verde – Goiás.

2. METODOLOGIA

Tratou-se de um estudo transversal, descritivo e observacional, no qual foi aplicado um questionário contendo perguntas sobre o consumo de produtos *diet* e *light* em pacientes portadores do Diabetes Melito tipo 2, onde contemplou participantes de ambos os sexos, maiores de 18 anos que foram atendidos no centro de tratamento no município de Rio Verde Goiás – Goiás.

Foram incluídos, pacientes acima de 18 anos de idade, de ambos os sexos, portadores de Diabetes Melito tipo 2, outras doenças agudas ou crônicas que por ventura os participantes apresentaram, e os que concordaram em participar da pesquisa. E como critérios de exclusão

indivíduos com Diabetes Mellito tipo 1, diabetes gestacional, pacientes dependentes, sem autonomia para escolhas e pacientes com idade menor de 18 anos.

Foi aplicado um questionário (ANEXO I), elaborado pela própria pesquisadora, abrangendo nível de escolaridade, uso de alimentos *diet* e *light* e critérios de escolhas dos produtos.

O presente trabalho foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Rio Verde sob o número 1.603.779.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram abordados 145 pacientes do centro de tratamento, desses 80 foram excluídos por não se enquadrarem nos critérios de inclusão, 30 não autorizaram a pesquisa e 35 aceitaram participar do trabalho. Desses (n 35) 54,3% eram do sexo masculino, possuíam idade entre 40 e 80 anos com média de 60 anos e desvio padrão de $\pm 10,62$. Quanto à escolaridade, 71,4% apresentaram ensino fundamental incompleto. Conforme dados apresentados na Tabela – 1.

TABELA – 1 Perfil de indivíduos com diabetes tipo 2 atendidos no centro de tratamento

Variáveis	n	%
Idade		
40 - 50 anos	6	17,3
50 - 60 anos	10	28,8
60 - 70 anos	11	31,6
70 - 80 anos	8	23,1
Sexo		
Masculino	19	54,3
Feminino	16	45,7
Escolaridade		
Analfabeto	0	0
Ensino Fundamental Incompleto	25	71,4
Ensino Fundamental Completo	0	0
Ensino Médio Incompleto	5	14,3
Ensino Médio Completo	3	8,6
Ensino Superior Incompleto	0	0
Ensino Superior Completo	2	5,7

FONTE: Karina G. Oliveira (2016).

A maioria da amostra não apresentou conhecimento sobre a forma de utilização de produtos *diet e light*. Quando analisado o conhecimento sobre o que é *diet e light* os dados demonstraram que 82,9% relataram que *diet* é um produto sem açúcar, 14,3% um produto sem gordura e 2,9% com menos açúcar. No que se refere aos produtos *light*; 45,7% consideram que sejam sem açúcar, 37,1% sem gordura, 17,1% um produto com menos açúcar e nenhum dos participantes responderam as questões sobre *diet e light* corretamente. Dados encontrados por ALVES *et al* (2015), relata que mais de 70% da população entrevistada não sabem a diferença entre estes produtos. Os discursos publicitários sobre estes produtos exerce uma grande influência na hora da escolha dos mesmos, fazendo-se com que estes produtos sejam utilizados de forma inadequada por vários indivíduos.

O uso de palavras de outros idiomas traz a ideia de que estes alimentos sejam de qualidade superior aos demais, porém podem trazer obstáculos para a interpretação dos rótulos, já que a maior parte dos entrevistados não soube responder quais as finalidades de cada produto (Marins *et al*, 2011). Esses resultados mostraram a necessidade de se criar ações educativas que possam promover o conhecimento da população em relação ao uso dos produtos. (OLIVEIRA E FRANCO, 2010).

Respondendo ao questionário, 100% dos participantes consideraram que ter uma alimentação adequada é importante para o tratamento do DM2 independente do sexo, idade e grau de instrução, corroborando os resultados encontrados por ALVES *et al* (2015), em que mais de 70% consideraram que é importante uma alimentação equilibrada para o tratamento do DM2. De acordo com Oliveira e Franco (2010), mais de 90% dos entrevistados consideram a alimentação importante. Apesar de considerarem relevante uma dieta adequada à maioria não segue as orientações sobre alimentação saudável para o tratamento do DM2, podendo ser justificada pela baixa escolaridade e nível socioeconômico como mostrou o estudo de Peres e Franco (2006).

Quanto aos critérios na compra de produtos *diet e light*, 20% levaram em consideração o sabor, 40% o preço, 34,3% a marca e 5,7% possuíam outros parâmetros como, por exemplo: tipo de produto. Poucos estudos trazem critérios de compra destes produtos para uso diário, visto que a maioria desta população não tem o hábito de ingerir os mesmos com frequência, seja por falta de informação ou por questões financeiras. Alguns estudos apresentam apenas a preferência para a compra do adoçante, como no estudo de Oliveira e Franco (2010), o qual demonstrou critérios de compra mais citados sabor com 55,6% seguido

da opção de “outros” com 20,4%; a resposta mais citada foi à facilidade em encontrar a marca desejada. Quase todos os entrevistados iniciaram o uso de adoçantes depois do diagnóstico de DM2 e metade da amostra relataram fazer o uso de produtos dietéticos 50,8%.

Tendo em consideração à utilização dos produtos 60% utilizam porque possui o DM2, 2,9% porque a família utiliza. Já 2,9% não utilizam pelo custo dos produtos e 34,3% não utilizam por outros motivos como, por exemplo: não gosta, condições socioeconômicas ou não acredita nos produtos. Apesar desses produtos terem sido elaborados para atender a necessidades específicas de algumas pessoas, estudos mostram que atualmente o perfil desses consumidores vem se diversificando, como os jovens por questão de estética e adultos que se preocupam com a qualidade de vida (OLIVEIRA E FRANCO, 2010).

Sobre a leitura dos rótulos 28,6% consideram importante fazer a leitura do rótulo, 14,3% tem dificuldades para entender o rótulo, 31,4% não se interessam por realizar a leitura e 25,7% tem dificuldades para enxergar os rótulos. No estudo de Oliveira e Franco (2010) demonstrou que 58,3% não possuem o hábito de ler o rótulo e os motivos para a ausência desses hábitos são diferentes, com predomínio a falta de interesse.

Quanto a orientações sobre o produto 48,6% disseram que sim receberam orientação e 51,4% não receberam orientação sobre estes produtos dietéticos. De acordo com Oliveira e Franco (2010), os adoçantes tem uma maior importância para os portadores de Diabetes Melito do que os alimentos dietéticos, com isso a busca por informações sobre os edulcorantes é maior do que por produtos *diet e light*.

Observou-se que a maior parte dos pacientes 42,9% considerou que os produtos *diet e light* são indispensáveis para o tratamento do DM2, já 40% consideram os produtos dispensáveis para o tratamento e 17,1% relataram que ajudam a conviver com a DM2. No estudo de ALVES *et al* (2015), quando os indivíduos foram questionados sobre o consumo de *diet e light*, grande parte não souberam responder, acredita-se que a falta de informação sobre estes produtos influência no uso dos mesmo, fazendo com que os diabéticos usem por considerarem indispensáveis para o tratamento da doença. Dados apresentados na Tabela – 2.

TABELA – 2 Conhecimento alimentar e nutricional de pacientes atendidos no centro de tratamento

Variáveis	n	%
Alimentação adequada		
Sim	35	100
Não	0	0
O que é diet		
Sem açúcar	29	82,9
Sem gordura	5	14,3
Com menos Açúcar	1	2,9
Produto com uma % a menos de um determinado nutriente	0	0
Produto inseto de um determinado nutriente	0	0
O que é light		
Sem açúcar	16	45,7
Sem gordura	13	37,1
Com menos Açúcar	6	17,1
Produto com uma % a menos de um determinado nutriente		
Produto inseto de um determinado nutriente		
Critérios de Compra		
Sabor	7	20
Preço	14	40
Marca	12	34,3
Outros	2	5,7
Por que utiliza		
Não se aplica	13	37,1
Porque tem diabetes	21	60
Porque viu na mídia	0	0
Porque deseja perder peso	0	0
Porque a família utiliza	1	2,9
Por que não utiliza		
Não se aplica	22	62,9
Custo	1	2,9
Sabor	0	0
A família não utiliza	0	0
Outros	12	34,3
Leitura de Rótulos		
É importante	10	28,6
Tem dificuldades para interpretar	5	14,3
Não se interessa pelos rótulos	11	31,4
Tem dificuldades para enxergar	9	24,7
Recebeu Orientação sobre o produto?		
Sim	17	48,6

Não	18	51,4
Sobre o uso dos produtos		
Indispensáveis para o tratamento	15	42,9
Dispensáveis para o tratamento	14	40
Ajuda a conviver com a doença	6	17,1
FONTE: Karina G. Oliveira (2016).		

4 – CONCLUSÃO

Conclui-se que a maioria dos indivíduos com diabetes consideram o consumo de produtos *diet e light* indispensáveis para o tratamento da doença, porém não apresentam conhecimento sobre os mesmos e desconhecem a forma de utilização adequada.

A falta de orientação sobre a forma de utilização dos produtos dietéticos pode contribuir para equívocos no consumo. Tornando necessárias ações educativas para que essa população possa consumir de forma adequada tais alimentos, o que pode contribuir para uma melhor adesão ao plano alimentar.

KNOWLEDGE AND USE OF *DIET* AND *LIGHT* PRODUCTS BY DIABETICAL PATIENTS ATTENDEND IN A TREATMENT CENTER

ABSTRACT

The indiscriminated use of dietetical products by individuals with Mellitus Diabetes type 2 have been raising day by day, in a general way they dont have any therapeutic effects in the metabolic control, but they allow an insertion at the social coexistence and a better access to the food planning. This study targets to analyze the utilization of *diet and light* products with Mellitus Diabetes type 2 individuals attended in a treatment center at the city of Rio Verde – Goiás. 35 Individuals were interviewed, from those (n:35) 54.3% are males, at a mid age of 60 (SD ± 10.62). Regarding to the schooling 71.4% has an incomplete elementary school. Most individuals doesnt presented any knowledge about the how to use *diet and light* products. When analyzed the knowledge about what is *diet and light* were observed that 82.9% reported that *diet* is a product without sugar, 14.3% that is a product without fat and 2.9% that is a product with less sugar. Regarding the *light* products, 45.5% consider that is products without sugar, 37.1% without fat, 17.1% a product with less sugar and none of the participants answered correctly the questions about what is *diet and light* products. Concludes that most individuals with diabetes consider that consuming *diet and light* products is indispensable to the treatment of the disease, but they do not have the knowledge about those products and how to use it properly.

Keywords: Diabetes, *Diet*, *Light*, Feeding.

5- REFERÊNCIAS

ALVES, B. et al, **Consumo De Adoçantes E De Produtos Diet E Light Por Diabéticos Atendidos Em Duas Unidades Básicas De Saúde De Alfenas-Mg.** Revista da Universidade Vale do Rio Verde, Três Corações, v. 13, n. 2, p. 176-185, 2015. Disponível em: <http://www.periodicos.unincor.br/index.php/revistaunincor/article/view/2221>>

BRASIL, Ministério da Saúde. **Portaria nº 29 de 13 de Janeiro de 1998.** Aprova o Regulamento Técnico referente a Alimentos para Fins Especiais. Disponível em: http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/2a1d950047458eca97dbd73fbc4c6735/PORTARIA_29_1998.pdf?MOD=AJPERES>

BRASIL, Ministério da Saúde. **Portaria nº 27 de 13 de Janeiro de 1998.** Aprovar o Regulamento Técnico referente à Informação Nutricional Complementar. Disponível em: http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/9180ca00474581008d31dd3fbc4c6735/PORTARIA_27_1998.pdf?MOD=AJPERES >

INTERNATIONAL DIABETES FEDERATION. Adaptado pela SBD. **Atlas do diabetes.** ed 7. SBD, 2016. p.1 (SOCIEDADE BRASILEIRA DE DIABETES. Folheto). Disponível em: <http://www.diabetes.org.br/images/2015/atlas-idf-2015.pdf>>

OLIVEIRA, PB; FRANCO, LJ. **Consumo de adoçantes e produtos dietéticos por indivíduos com Diabetes Mellito tipo 2, atendidos pelo Sistema Único de Saúde em Ribeirão Preto, SP.** Arq Bras Endocrinol Metab. 2010;54(5):455-42.

PÉRES DS, FRANCO LJ, SANTOS MA. **Comportamento alimentar em mulheres portadoras de diabetes tipo 2.** Rev Saude Publica. 2006;40(2):310-17. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89102006000200018>

MARINS, Bianca; ARAÚJO, Inesita; JACOB, Silvania. **A propaganda de alimentos: orientação, ou apenas estímulo ao consumo?.** Ciência & Saúde Coletiva, 16(9):3873-3882, 2011. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232011001000023 >

PONTIERI F M, BACHION M M, **Crenças de pacientes diabéticos acerca da terapia nutricional e sua influência na adesão ao tratamento.** Ciência & Saúde Coletiva, 15(1) p151-160, 2010.

VIGGIANO C E, **O produto dietético no Brasil e sua importância para indivíduos diabéticos.** Revista Brasileira de Ciências da Saúde, nº 1, vol. 1, jan. / jun. 2003.

ANEXO I

QUESTIONÁRIO

Número	
Idade	
Sexo	

1- Qual o nível de escolaridade?

- () Analfabeto
- () ensino fundamental completo
- () ensino fundamental incompleto
- () ensino médio completo
- () ensino médio incompleto
- () ensino superior completo
- () ensino superior incompleto

2- A alimentação adequada é importante para o tratamento do diabetes?

- () sim () não

3- O que é um produto *diet*?

- () produto sem açúcar
- () produto sem gordura
- () produto com menos açúcar
- () produto com uma % a menos de um determinado nutriente
- () produto isento de um determinado nutriente

4- O que é um produto *light*?

- () produto sem açúcar
- () produto sem gordura
- () produto com menos açúcar
- () produto com uma % a menos de um determinado nutriente
- () produto isento de um determinado nutriente

5- Qual critério é utilizado na hora da compra dos produtos diet e light?

- () sabor
- () preço
- () marca
- () outros: _____

6- Utiliza produtos *diet e light* por quê?

- ☐ Não se aplica
- ☐ porque tem diabetes
- ☐ porque viu na mídia
- ☐ porque deseja perder peso
- ☐ porque a família utiliza

7- Por que não utiliza os produtos *diet e light*?

- ☐ Não se aplica
- ☐ Custo
- ☐ sabor
- ☐ a família não utiliza
- ☐ outros: _____

8- Quanto a leitura dos rótulos dos produtos *diet e light*:

- ☐ é importante ler
- ☐ tem dificuldades para entender
- ☐ não se interessa pelos rótulos
- ☐ tem dificuldades para enxergar

9- Recebeu alguma orientação a respeito de produtos *diet e light*?

- ☐ sim
- ☐ não

10- Os produtos *diet e light* são:

- ☐ indispensáveis para o tratamento do diabetes
- ☐ dispensáveis para o tratamento do diabetes
- ☐ ajuda a conviver com a doença